

١. تعزيز العلامة التجارية للجامعة: بناء هوية قوية ومستدامة للجامعة على الصعيدين المحلي والدولي.

٢. استقطاب الطلاب المتميزين: تنفيذ حملات تسويقية موجهة لجذب الطلاب ذوي الكفاءات العالية من داخل وخارج البلاد.

٣. تطوير استراتيجيات الاتصال والتواصل: تحسين قنوات الاتصال مع الجمهور المستهدف من خلال منصات التواصل الاجتماعي، المواقع الإلكترونية، والمعارض الأكاديمية.

٤. دعم الأبحاث والشراكات: تعزيز التعاون مع المؤسسات الأكاديمية والبحثية والشركات لزيادة التمويل والتبادل المعرفي.

٥. تعزيز تجربة الطالب: تقديم خدمات تسويقية تركز على احتياجات الطلاب وتعزيز تجربتهم الأكاديمية والحياتية في الجامعة.

٦. الاستدامة المالية: تطوير قنوات تسويقية تسهم في تحقيق إيرادات إضافية للجامعة من خلال الشراكات التجارية والبرامج التعليمية المدفوعة.

٧. التحول الرقمي: اعتماد أدوات تسويق حديثة قائمة على التكنولوجيا والبيانات لتحسين كفاءة العمليات التسويقية.



البرنامج القومي لحفاظ على كيان الأسرة المصرية "مودة" مبادرة تنفيذ تدريبات بالجامعات المصرية



